

Kaynak: <https://dijitalpazarlamalab.com/vaka-analizi/otomasyon-ureticisinin-teknik-seo-onarimi-botlarin-okuyamadigi-siteyi-kurtarmak/>

Yazar: Sertaç

Kategori: Teknik SEO

Yayın tarihi: 8 Ağustos 2026

Güncelleme tarihi: 22 Ağustos 2026



Otomasyon Üreticisinin Teknik SEO Onarımı: Botların Okuyamadığı Siteyi Kurtarmak

HİZMET	PROFİL	SEKTÖR
Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)	Üretici Marka	Endüstri
%450	%120	%85
B2B Arama Görünürlüğü Artışı	Core Web Vitals Skor Artışı	Sunucu Yanıt Süresi (TTFB) İyileşmesi

Bir web sitesinin modern görünmesi, arama motorları tarafından anlaşıldığı anlamına gelmez. Endüstriyel otomasyon sistemleri ve makine teknolojileri üzerine mühendislik çözümleri üreten köklü bir firma, teknik dokümanlarını uluslararası pazara açmak amacıyla web sitesini yenilemişti. Yeni site görsel açıdan başarılıydı, fakat yayına alınmasının ardından organik görünürlük beklenen yönde ilerlemedi. Bu [Teknik SEO](#) vaka analizi, sorunun kaynağını ve altyapı düzeyindeki çözüm sürecini anlatıyor.

1. Görünen site ile taranan site arasındaki fark

Yeni web sitesi ağır bir JavaScript mimarisi üzerine kurulmuştu ve içerik yalnızca tarayıcı tarafında oluşuyordu. Kullanıcı sayfayı açtığında ürün özellikleri, teknik tablolar ve doküman bağlantıları sorunsuz görünüyordu; ancak arama motoru botları aynı içeriği göremiyordu. Kaynak kodda anlamlı metin bulunmadığı için sayfalar boş kabul ediliyordu. Firma, binlerce

mühendislik ürününü kapsayan zengin bir katalog yayımlamış olmasına karşın bu içeriğin neredeyse tamamı arama sonuçlarında yer almıyordu.

2. Katalog sayfaları dizine hiç girmiyordu

Kapsamlı bir [arama motoru optimizasyonu](#) denetiminde dizine ekleme raporları incelendiğinde tablo netleşti: binlerce teknik katalog sayfası taranmış fakat değerlendirilmeye alınmamıştı. Karmaşık adres yapısı sorunu daha da ağırlaştırıyordu; aynı ürüne birden fazla adresten ulaşıyor, dil sürümleri arasındaki ilişki doğru tanımlanmamıştı ve canonical etiketleri birbiriyle çelişen sinyaller veriyordu. Sonuç olarak arama motoru hangi adresi asıl sayfa kabul edeceğine karar veremiyor, ürün ailelerine ait sayfalar kendi aralarında rekabet ediyordu.

3. Sunucu tarafı işleme geçiş kararı

Çözümün merkezinde, içeriğin botlara hazır biçimde sunulması vardı. Firma, geliştirme ekibiyle birlikte sunucu tarafı işleme (Server-Side Rendering) altyapısına geçiş kararı aldı. Kritik içerik artık sayfa ilk yüklendiğinde kaynak kodda hazır geliyor, tarayıcı tarafındaki işlem yalnızca etkileşimli bileşenler için çalışıyordu. Geçiş kademeli yürütüldü; önce en yüksek ticari değer taşıyan ürün ailesi taşındı, ölçümler doğrulandıktan sonra katalogun tamamı aynı yapıya alındı. Böylece ürün sayfaları yayına alındıkları hafta içinde dizine eklenmeye başladı.

4. Adres yapısı ve canonical sinyalleri düzeltildi

Altyapı geçişiyle birlikte adres mimarisi de sadeleştirildi. Her ürün için tek bir kanonik adres tanımlandı, parametre kaynaklı kopya adresler yönlendirmelerle birleştirildi ve dil sürümleri arasındaki ilişki doğru etiketlerle kuruldu. Site haritası yalnızca sıralanması hedeflenen sayfaları içerecek biçimde yeniden üretildi ve otomatik güncellenecek şekilde yapılandırıldı. Bu düzenlemeler tarama bütçesinin doğru sayfalara akmasını sağladı; B2B arama görünürlüğü %450 oranında yükseldi.

5. Performans onarımı deneyimi de iyileştirdi

Teknik müdahalenin ikinci ayağı hızlı. Sayfa açılışını geciktiren betik ve stil dosyaları ertelendi, görseller modern formatlara dönüştürüldü, yazı tipi yüklemeleri optimize edildi ve nbellekleme katmanı yapılandırıldı. Sunucu tarafındaki gecikmeler giderilerek ilk bayt sresinde %85 iyileşme sağlandı, temel web verileri (Core Web Vitals) skorlarında ise %120 artış elde edildi. Bu iyileşme, yavaş bağlantılarla sahadan siteye bağlanan mühendisler için de belirgin bir deneyim farkı yarattı.

6. Düzenli denetim süreci kurumsallaştı

Teknik kazanımların kalıcı olması, geliştirme döngüsünün her aşamasında kontrol edilmesine bağlıydı. Firma bu nedenle yayına alma öncesinde çalışan bir denetim listesi oluşturdu; yeni bir şablon veya modül devreye girmeden önce içeriğin kaynak kodda görünürlüğü, adres yapısı ve sayfa hızı ölçülmeye başlandı. Dizine ekleme raporları haftalık olarak izlendi ve beklenmeyen düşüşler geliştirme ekibine doğrudan iletildi. Bu düzen, benzer bir yenileme projesinde aynı hatanın tekrarlanmasını engelledi ve teknik çalışmayı tek seferlik bir onarımdan sürekli bir işleyişe dönüştürdü.

7. Teknik dokümanlar uluslararası talebi karşıladı

Katalog dizine eklendikçe firmanın hedeflediği sonuç ortaya çıktı: yurt dışındaki mühendisler ve satın alma uzmanları, parça numarası ve teknik özellik üzerinden yaptıkları aramalarda doğrudan firmanın sayfalarına ulaşmaya başladı. Doküman indirmeleri ve teknik destek talepleri arttı, satış ekibine ulaşan sorular ise daha spesifik hale geldi. Firma bu aşamada ürün verisini düzenli güncellemek için içerik ve [web sitesi yönetimi](#) süreçlerini de yeniden tanımladı. Teknik zellik tabloları tek bir merkezi veri kaynağından beslenecek biçimde bağlandı, böylece bir ürünün özelliği güncellendiğinde ilgili tüm sayfalar ve dil sürümleri aynı anda yenilendi. Doküman arşivi de kategorilere ayrılarak aranabilir hale getirildi ve satın alma uzmanlarının ihtiyaç duyduğu sertifika bilgileri ürün sayfalarına taşındı. Bu vaka, Teknik SEO pazarlama stratejisinin görsel yenileme projelerinden ayrı düşünülmemesi gerektiğini gösteriyor. Ieriğin botlara erişilebilir biçimde sunulması, tutarlı bir adres mimarisi ve ölçülebilir performans iyileştirmeleri birleştiğinde dijital pazarlama, endüstriyel

Üreticiler için uluslararası bir talep kanalına dönüşüyor.